

秋田県市町村未来づくり協働プログラム

藤里町プロジェクト「藤里町『白神』ブランド化プロジェクト」における事後評価調書

1 プロジェクトの目的

藤里町は、世界自然遺産白神山地の「南の玄関口」であり、その地域の特性を活かした交流人口の拡大を図るため、新たな地域資源の掘り起こしとして「あきた白神めん羊」や「あきた白神りんどう」など、特色ある農畜産物による「白神」ブランドの確立に取り組むとともに、林道米代線の全線開通や世界遺産登録20周年を契機とした受入体制の整備に取り組む。

2 プロジェクトの概要

策定年月日	実施期間	藤里町総事業費 (千円)	うち交付金(千円)
平成25年5月21日	H25~H28	353,325 (304,017)	200,000

※市町村総事業費欄の()内は計画値

【プロジェクトを構成する事業】

○藤里町事業群

事業名	藤里町総事業費 (千円)	うち交付金 (千円)	実施年度
あきた白神めん羊ブランド化事業	123,091	111,623	H25~H27
あきた白神りんどうブランド化事業	18,337	2,285	H25~H28
町特産物による食事メニュー、新たな白神ブランド食の開発事業	2,644	2,620	H27
林道米代線全線開通等を契機とした活性化事業	209,253	83,472	H25~H28
計	353,325	200,000	

○県事業群

事業名	総事業費 (千円)	備考
白神山地ラム生産拡大モデル事業	—	事業費は上記、藤里町事業群の総事業費に含まれる。
攻める「秋田の花」推進事業	—	
未来にアタック農業夢プラン応援事業	—	

3 プロジェクトの成果指標と達成状況

指標名	基準値	目標値 (28年度)	実績値 (28年度)	達成率 (%)
ラム肉用「あきた白神めん羊」の出荷頭数	0頭 (24年度)	160頭	80頭	50%
「あきた白神りんどう」採花面積	117a (24年度)	300a	289a	96%
「あきた白神りんどう」販売額	15,000千円 (24年度)	30,000千円	24,801千円	83%
観光客数	195,000人 (24年度)	234,000人	187,102人	80%
町民満足度割合	40% (21年度)	100%	84%	84%

4 経済波及効果分析等

藤里町「白神ブランド化プロジェクト」における経済波及効果は、①ハード事業費支出による効果（2億4,000万円）、②ソフト事業費支出による効果（1,100万円）、③来場者の消費支出による効果（1億5,800万円）を合わせると、合計4億900万円であったと推計される。

(単位：百万円)

	直接効果	一次波及効果	二次波及効果	総合効果
①ハード事業費支出による経済波及効果	155	49	36	240
②ソフト事業費支出による経済波及効果	7	2	2	11
③来場者の消費支出による経済波及効果	97	41	20	158
合計	260	92	57	409

5 その他参考となる事項

【成果指標外の成果】

○あきた白神めん羊ラム肉の取引先について

平成25年度から毎年度、首都圏のバイヤーやレストランのシェフを招き白神ラム肉賞味会を東京で開催した。なお、平成28年度においては、当町において地元山菜の活用の可能性もPRしながら賞味会を開催した。

賞味会開催の効果もあり、卸問屋である株式会社藤屋を通じて、首都圏のホテルやレストラン等との取引先は、平成27年度には26箇所、平成28年度には37箇所、平成29年度には45箇所と増加し、取引量も増加した。

○りんどうの出荷先、他産地との差別化について

当初の出荷先は、株式会社秋田生花と仙台生花株式会社の2箇所だったが、平成28年度末には、首都圏の株式会社埼玉園芸市場、株式会社大田花き、関西圏の株式会社なにわ花市場、近隣では、能代青果地方卸売市場や田中生花を含む7箇所に増えている。

栽培農家数についても4戸から7戸になり、そのうち2人が新規就農であり、新たな参画者も増えている。

また、この地域で栽培しているりんどうに適合した防除暦については、試行錯誤の結果、独自の防除暦を確立できたことにより、効率的・効果的な防除が図られるようになった。

6 民間アドバイザーの意見

(民間アドバイザー：秋田大学 教育文化学部 教授 篠原 秀一氏)

(1) あきた白神めん羊ラム肉のブランド化・販売戦略について

○ ラム肉の出荷量はいたずらに量を増やすのではなく、「高級食材」としての品質を第一に「あきた白神めん羊ラム肉」の地域ブランドを大切に育てるべきと考える。したがって、頭数増加が目標に達しなかったとしても、「あきた白神めん羊ラム肉」の地域ブランドが、まずは軌道に乗り始めたことを評価すべきである。

また、今後も数量より品質の方を重視したほうが良い。このためには「あきた白神めん羊ラム肉」ブランド協議会、あるいは「藤里町地域ブランド協議会」を組織し、「あきた白神めん羊ラム肉」等のブランド認証基準と責任機関を明瞭化し、生産量あるいは生産者が今後増えた後の準備も必要である。

○ 「あきた白神めん羊ラム肉」の販売先および販売経路は、適正と考える。販売先の開拓も順調と言える。また、バイヤーやレストランのシェフを招いての賞味会を毎年開催したことも適切であり、今後も継続して開催していくことが有効と考える。

これらの取組に同時並行で行う広告宣伝については、この地域ブランドを「安売りしない」ということを十分考慮する必要がある。

○ 現在の販売・消費地域は、首都圏中心が妥当と言えるが、羊肉消費の多い北海道で高評価が得られれば、ブランドイメージは高まる。

また、藤里町でこそ特に最高品質のものを入手できる、あるいは食せるとなれば、藤里町へ外来客を呼び込める地域資源になる。

○ 「あきた白神めん羊ラム肉」を単独ではなく、藤里町の他の優良な食材や地域資源とともに売り込むことも有効と考える。例えば、「あきた白神りんどう」との連携も考えられる。

(2) あきた白神りんどうのブランド化・販売戦略について

○ 「あきた白神りんどう」の生産拡大と地域ブランド化は現時点で順調と評価できる。

○ 市場から評価されることによって、更なるブランド力の向上や売り上げの増加に繋がる情報を提供してもらえる可能性が高くなる。高品質の「あきた白神りんどう」を継続的に出荷出来るよう、関係機関と連携を密にして取り組んで欲しい。

(3) 地域資源の活用について

○ 町の地域資源を組み合わせた売り込み方法や表記方法などの見せ方に工夫が必要である。

・ラム肉、りんどうに共通して、他の商品と組み合わせ販売

例えば、ラム肉＋クレソン、山菜など

・例えば「桑の葉茶」をハーブ茶と表記するだけで女性客に反響がある。

(4) 町民の関与について

○ 当該プロジェクトへの町民や民間機関の参画を積極的に促すことにより、行政等の補助金に頼らない地域づくりを目指す必要がある。(知恵を出し合うことで解決できる体制の構築)

7 全体評価

プロジェクト事業については、計画した事業を概ね実施することができ、計画時に掲げた成果目標についても概ね達成できた。

あきた白神めん羊ブランド化事業では、ラム肉の出荷が目標半数の 80 頭に留まったが、首都圏でのバイヤーやレストランのシェフを招いた賞味会の開催により、販売先は、平成 27 年度には 26 箇所であったものが平成 28 年度には 37 箇所、平成 29 年度には 45 箇所に増加し、取扱量も増加していることから、「白神ラム肉」の認知度向上とともに販路拡大に大きな成果があった。

平成 29 年度は、めん羊畜舎の改築等を行い、繁殖めん羊を 20 頭（うち種めん羊 1 頭）導入、ラム肉用めん羊を 100 頭出荷しており、来年度は 120 頭の出荷に向けて各種取組を推進していく。

また、急速冷凍機の設置により、食感、風味ともに生の状態と変わりなく提供することが可能となったことから、地元での食事メニューへの活用や首都圏等にも安定した質と量の供給の確保ができるようになった。

あきた白神りんどうブランド化事業では、高値の時期に出荷できるかどうかにより大きく販売額が違ってくるため、高値の時期に収穫のピークを持っていけるよう技術の向上を図っていく必要がある。

なお、若い世代の新規就農者が事業へ参画しており、「白神りんどう」のブランド化に向けた取組の盛り上がり期待される。

林道米代線（フォレストライン）全線開通等を契機とした受入体制の整備では、素波里園地の遊具の設置や広場の再整備により、近隣市町村からの誘客を図ることができた。

また、町内の主要観光地へのアクセスの利便性が向上し、本プロジェクトによる統一デザインの観光案内看板の設置により、観光客等へのアクセス案内がスムーズになった。

今後は、本プロジェクトの評価を踏まえ、それぞれの取組をさらに磨き上げ、地域の活性化が図られるようオール藤里町でプロジェクトを進めていく。

8 今後の推進方針

民間アドバイザーの意見や全体評価を踏まえ、次のとおり推進するものとする。

（1）ブランド認証の確立に向けて

あきた白神めん羊ブランド化事業では、「あきた白神めん羊ラム肉」の品質を第一に、引き続き賞味会の開催などを通し販路を拡大していくとともに、地域ブランドとして確立するため、独自のブランド認証基準と責任機関の設置、認証ロゴマークの作成などを検討し、他地域の商品との差別化を図っていく。

また、現地でしか食することのできない最高品質のラム肉の提供など、観光振興の視点も交えた来訪者の増加を図るための取組を検討していく。

あきた白神りんどうブランド化事業では、高値の時期に出荷できるよう、技術研修や市場調査などの販売戦略を練り上げ、販路と販売額の拡大を目指していく。

（2）地域資源の連携

「あきた白神めん羊ラム肉」、「あきた白神りんどう」の販売方法について、地元資源の野菜や山菜などとセットで売り込むことを検討していく。

（3）観光との連携

藤里町でしか味わえない最高品質の白神ラム肉を入手できる、食せるという仕掛け・仕組みを確立させるとともに、その背景にある自然環境、歴史的要素などを観光の魅力として付加し、本プロジェクトで整備した素波里園地と観光ルートを組み合わせるなど、外来客を呼び込む取組を行って

いく。

平成30年度には、世界自然遺産白神山地が遺産登録されて25周年を迎えることから、これを契機とした遺産地域と里山をつなぐ観光ルートの確立を目指し、また、食・地域資源・歴史文化等と連携し、交流人口の拡大を図っていく。

【プロジェクトチーム構成員】

藤里町	総務課、農林課、商工観光課
県	地域の元気創造課（幹事課兼事務局）、秋田うまいもの販売課、自然保護課、園芸振興課、畜産振興課、山本地域振興局